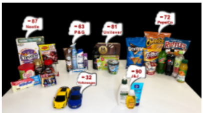
# Агентство Морального Рейтинга (UK): Моральная цена Рождества: продукты, которыми оплачивается вторжение в Украину

4.1 K 13:51 - 28/Дек/22 **Granderator**

23 декабря 2022, пятница



@Агентство морального рейтинга

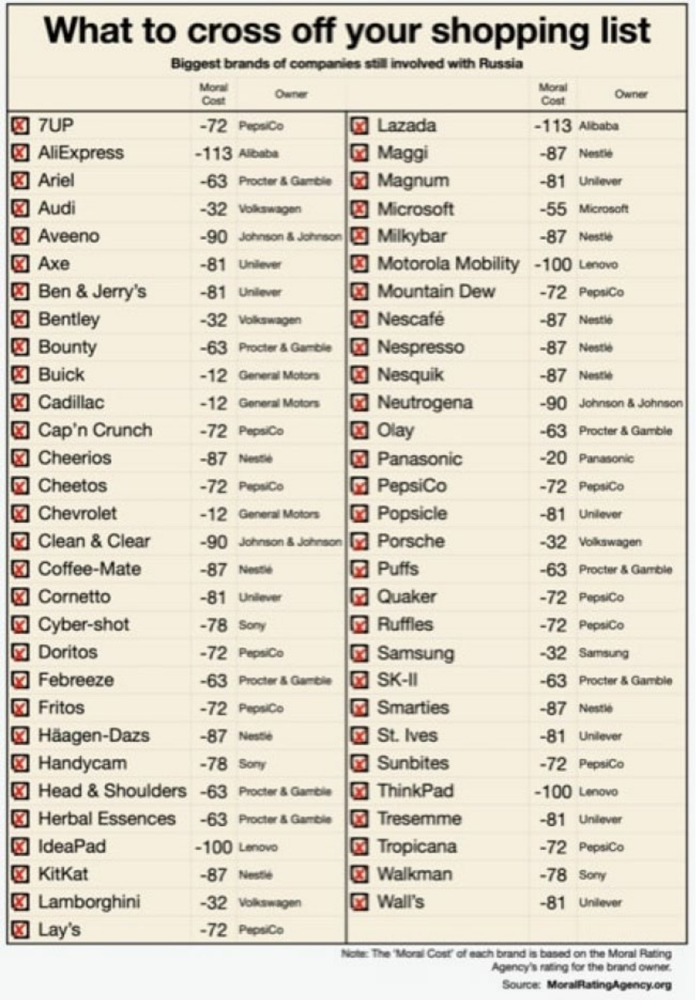
Агентство Морального Рейтинга опубликовало список **«аморальных брендов»,** которых следует избегать в праздничный сезон и после него.

Все они помечены «предупреждением MRA о вреде для морального здоровья».

Они принадлежат компаниям, имеющим те или иные деловые отношения с Россией, и все их владельцы входят в число крупнейших компаний мира.

MRA также публикует рейтинг этих компаний, названных «похитителями Рождества», и призывает бойкотировать их бренды.

Марк Диксон, основатель MRA, сказал: «Не ешьте на Рождество рождественские продукты, которыми оплачивается вторжение в Украину. Аморальный бренд не очень вкусен, если закрыть глаза и подумать об ассоциации его владельцев с войной на Украине».



# What to cross off your shopping list

**Biggest brands of companies still involved with Russia**

| | Moral Cost | Owner |
|---|---|---|
| ☒ 7UP | -72 | PepsiCo |
| ☒ AliExpress | -113 | Alibaba |
| ☒ Ariel | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Audi | -32 | Volkswagen |
| ☒ Aveeno | -90 | Johnson & Johnson |
| ☒ Axe | -81 | Unilever |
| ☒ Ben & Jerry's | -81 | Unilever |
| ☒ Bentley | -32 | Volkswagen |
| ☒ Bounty | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Buick | -12 | General Motors |
| ☒ Cadillac | -12 | General Motors |
| ☒ Cap'n Crunch | -72 | PepsiCo |
| ☒ Cheerios | -87 | Nestlé |
| ☒ Cheetos | -72 | PepsiCo |
| ☒ Chevrolet | -12 | General Motors |
| ☒ Clean & Clear | -90 | Johnson & Johnson |
| ☒ Coffee-Mate | -87 | Nestlé |
| ☒ Cornetto | -81 | Unilever |
| ☒ Cyber-shot | -78 | Sony |
| ☒ Doritos | -72 | PepsiCo |
| ☒ Febreeze | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Fritos | -72 | PepsiCo |
| ☒ Häagen-Dazs | -87 | Nestlé |
| ☒ Handycam | -78 | Sony |
| ☒ Head & Shoulders | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Herbal Essences | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ IdeaPad | -100 | Lenovo |
| ☒ KitKat | -87 | Nestlé |
| ☒ Lamborghini | -32 | Volkswagen |
| ☒ Lay's | -72 | PepsiCo |
| ☒ Lazada | -113 | Alibaba |
| ☒ Maggi | -87 | Nestlé |
| ☒ Magnum | -81 | Unilever |
| ☒ Microsoft | -55 | Microsoft |
| ☒ Milkybar | -87 | Nestlé |
| ☒ Motorola Mobility | -100 | Lenovo |
| ☒ Mountain Dew | -72 | PepsiCo |
| ☒ Nescafé | -87 | Nestlé |
| ☒ Nespresso | -87 | Nestlé |
| ☒ Nesquik | -87 | Nestlé |
| ☒ Neutrogena | -90 | Johnson & Johnson |
| ☒ Olay | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Panasonic | -20 | Panasonic |
| ☒ PepsiCo | -72 | PepsiCo |
| ☒ Popsicle | -81 | Unilever |
| ☒ Porsche | -32 | Volkswagen |
| ☒ Puffs | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Quaker | -72 | PepsiCo |
| ☒ Ruffles | -72 | PepsiCo |
| ☒ Samsung | -32 | Samsung |
| ☒ SK-II | -63 | Procter & Gamble |
| ☒ Smarties | -87 | Nestlé |
| ☒ St. Ives | -81 | Unilever |
| ☒ Sunbites | -72 | PepsiCo |
| ☒ ThinkPad | -100 | Lenovo |
| ☒ Tresemme | -81 | Unilever |
| ☒ Tropicana | -72 | PepsiCo |
| ☒ Walkman | -78 | Sony |
| ☒ Wall's | -81 | Unilever |

Note: The 'Moral Cost' of each brand is based on the Moral Rating Agency's rating for the brand owner.

Source: **MoralRatingAgency.org**

### Что не покупать?

Не все бренды из рейтига доступны в России, но MRA обнаружило, что их владельцы связаны с Россией. MRA призывает бойкотировать все бренды, принадлежащие компаниям, все еще работающим с Россией.

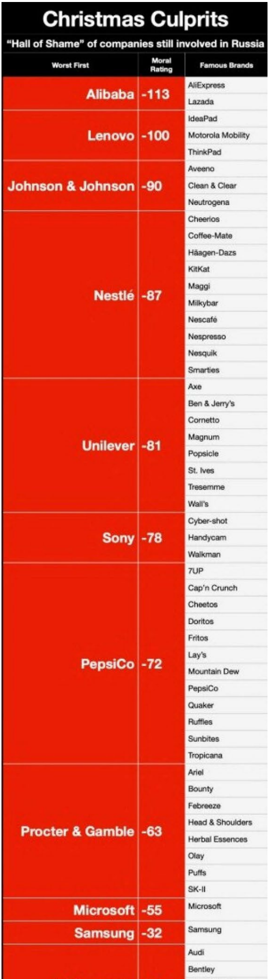
Покупая их на Рождество, потребители поддерживают компании, которым не удалось разорвать связи с Россией, и поддерживают способность Путина финансировать свое нападение на Украину.

MRA отмечает: «Рождество должно быть не временем слепого потребления, а временем подумать о тех, кому повезло меньше, и особенно избегать потребления, которое усугубляет страдания».

«На Западе Рождество, а на Украине еще война. Не участвуйте в этом даже косвенно», — добавил основатель MRA.

59 брендов, которые нужно вычеркнуть из вашего списка покупок, были выбраны из более чем тысячи «аморальных брендов» на основе того, насколько они известны как потребительские бренды и насколько аморальны их владельцы.

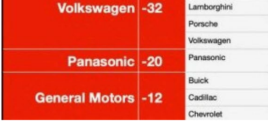
Агентство морального рейтинга присвоило брендам «моральную стоимость» на основе корпоративного рейтинга владельца бренда. Агентство оценивает компании по пяти параметрам: степень и скорость выхода из России, насколько смело они высказались, а также влияние, которое они оказали на российскую экономику и принесенные самой компанией жертвы.



# Christmas Culprits

**"Hall of Shame" of companies still involved in Russia**

| Worst First | Moral Rating | Famous Brands |
|---|---|---|
| **Alibaba** | **-113** | AliExpress<br>Lazada |
| **Lenovo** | **-100** | IdeaPad<br>Motorola Mobility<br>ThinkPad |
| **Johnson & Johnson** | **-90** | Aveeno<br>Clean & Clear<br>Neutrogena |
| **Nestlé** | **-87** | Cheerios<br>Coffee-Mate<br>Häagen-Dazs<br>KitKat<br>Maggi<br>Milkybar<br>Nescafé<br>Nespresso<br>Nesquik<br>Smarties |
| **Unilever** | **-81** | Axe<br>Ben & Jerry's<br>Cornetto<br>Magnum<br>Popsicle<br>St. Ives<br>Tresemme<br>Wall's |
| **Sony** | **-78** | Cyber-shot<br>Handycam<br>Walkman |
| **PepsiCo** | **-72** | 7UP<br>Cap'n Crunch<br>Cheetos<br>Doritos<br>Fritos<br>Lay's<br>Mountain Dew<br>PepsiCo<br>Quaker<br>Ruffles<br>Sunbites<br>Tropicana |
| **Procter & Gamble** | **-63** | Ariel<br>Bounty<br>Febreeze<br>Head & Shoulders<br>Herbal Essences<br>Olay<br>Puffs<br>SK-II |
| **Microsoft** | **-55** | Microsoft |
| **Samsung** | **-32** | Samsung |
| | | Audi<br>Bentley |



| | | |
|---|---|---|
| Volkswagen | -32 | Lamborghini<br>Porsche<br>Volkswagen |
| Panasonic | -20 | Panasonic |
| General Motors | -12 | Buick<br>Cadillac<br>Chevrolet |

**Бойкот «Зала позора»**

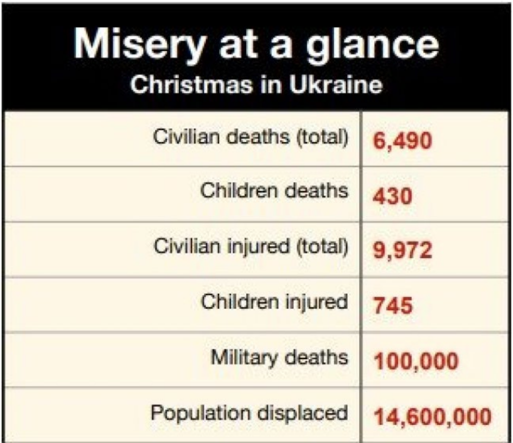
Список «Рождественских преступников» MRA представляет собой список владельцев потребительских брендов и ранжируется по «моральному рейтингу» MRA.

Все они виновны в том, что продолжают вести дела с Россией, но некоторые хуже других.

Китайские компании Alibaba и Lenovo получили худшие моральные оценки в нашей рождественской подборке.

Алибаба хуже всех. Он контролирует около 10% российского рынка электронной коммерции через совместное предприятие AliExpress Россия и не объявлял о выходе. Г-н Диксон сказал: «Мы думаем, что Alibaba попал в ловушку. Если он не будет следовать китайской политике умиротворения Путина, он рискует столкнуться с возмездием. Он может оказаться между молотом и наковальней, желанием поступать правильно и боязнью поступать правильно. Он теряет прибыль на Западе, если становится изгоем, и теряет прибыль на Востоке, если не встает на сторону Китая. Такие затруднения — цена жизни под длинной тенью китайского режима. В некотором смысле Alibaba — это пешка на шахматной доске, на которой с одной стороны играет демократия, а с другой — автократические режимы».

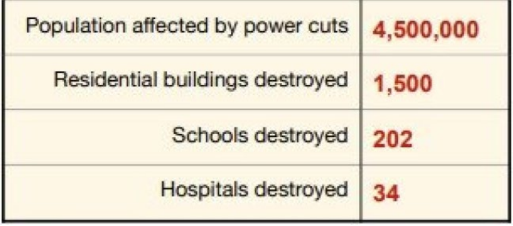
Amazon, напротив, совершенно не касается России.



**Misery at a glance**

**Christmas in Ukraine**

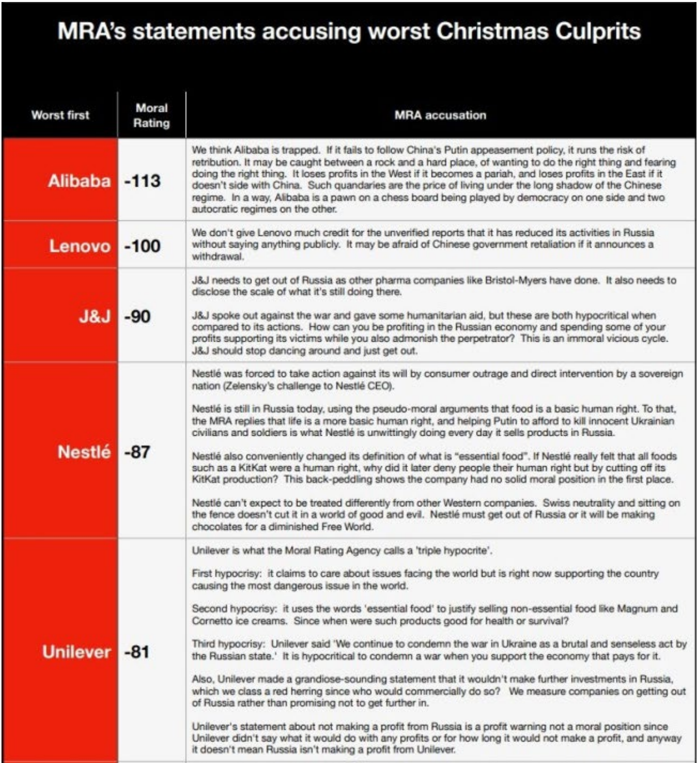
| | |
|---|---|
| Civilian deaths (total) | 6,490 |
| Children deaths | 430 |
| Civilian injured (total) | 9,972 |
| Children injured | 745 |
| Military deaths | 100,000 |
| Population displaced | 14,600,000 |



| | |
|---|---|
| Population affected by power cuts | 4,500,000 |
| Residential buildings destroyed | 1,500 |
| Schools destroyed | 202 |
| Hospitals destroyed | 34 |

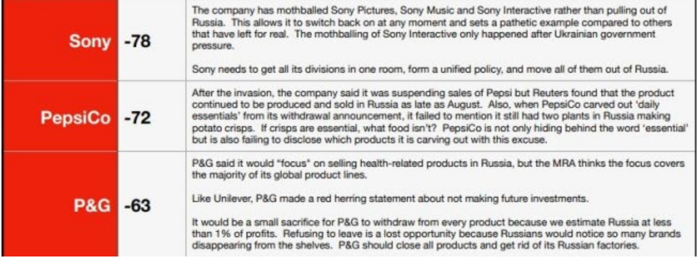
Затем идут шесть самых известных западных групп потребительских товаров: Johnson & Johnson, Nestle, Unilever, PepsiCo, Procter and Gamble и Microsoft.

Все они по-прежнему связаны с Россией, но умело оправдываться. Используя немного разные предлоги, все они объявили, что продолжат продавать «основные» продукты в России, чтобы объяснить, почему они не останавливают все подряд. Многие из них также пропускают второстепенные продукты через эту лазейку. В любом случае MRA против этих оправданий. Г-н Диксон объяснил: «Жизнь невинных украинцев важнее, чем удовлетворение вкусовых рецепторов россиян, которые приводят к налоговым поступлениям, которые уничтожают жизни в Украине. Основные аргументы это просто оправдания, которые маскируют аморальную прибыль и вину за страдания».



## MRA's statements accusing worst Christmas Culprits

| Worst first | Moral Rating | MRA accusation |
|---|---|---|
| **Alibaba** | -113 | We think Alibaba is trapped. If it fails to follow China's Putin appeasement policy, it runs the risk of retribution. It may be caught between a rock and a hard place, of wanting to do the right thing and fearing doing the right thing. It loses profits in the West if it becomes a pariah, and loses profits in the East if it doesn't side with China. Such quandaries are the price of living under the long shadow of the Chinese regime. In a way, Alibaba is a pawn on a chess board being played by democracy on one side and two autocratic regimes on the other. |
| **Lenovo** | -100 | We don't give Lenovo much credit for the unverified reports that it has reduced its activities in Russia without saying anything publicly. It may be afraid of Chinese government retaliation if it announces a withdrawal. |
| **J&J** | -90 | J&J needs to get out of Russia as other pharma companies like Bristol-Myers have done. It also needs to disclose the scale of what it's still doing there.<br>J&J spoke out against the war and gave some humanitarian aid, but these are both hypocritical when compared to its actions. How can you be profiting in the Russian economy and spending some of your profits supporting its victims while you also admonish the perpetrator? This is an immoral vicious cycle. J&J should stop dancing around and just get out. |
| **Nestlé** | -87 | Nestlé was forced to take action against its will by consumer outrage and direct intervention by a sovereign nation (Zelensky's challenge to Nestlé CEO).<br>Nestlé is still in Russia today, using the pseudo-moral arguments that food is a basic human right. To that, the MRA replies that life is a more basic human right, and helping Putin to afford to kill innocent Ukrainian civilians and soldiers is what Nestlé is unwittingly doing every day it sells products in Russia.<br>Nestlé also conveniently changed its definition of what is "essential food". If Nestlé really felt that all foods such as a KitKat were a human right, why did it later deny people their human right but by cutting off its KitKat production? This back-peddling shows the company had no solid moral position in the first place.<br>Nestlé can't expect to be treated differently from other Western companies. Swiss neutrality and sitting on the fence doesn't cut it in a world of good and evil. Nestlé must get out of Russia or it will be making chocolates for a diminished Free World. |
| **Unilever** | -81 | Unilever is what the Moral Rating Agency calls a 'triple hypocrite'.<br>First hypocrisy: it claims to care about issues facing the world but is right now supporting the country causing the most dangerous issue in the world.<br>Second hypocrisy: it uses the words 'essential food' to justify selling non-essential food like Magnum and Cornetto ice creams. Since when were such products good for health or survival?<br>Third hypocrisy: Unilever said 'We continue to condemn the war in Ukraine as a brutal and senseless act by the Russian state.' It is hypocritical to condemn a war when you support the economy that pays for it.<br>Also, Unilever made a grandiose-sounding statement that it wouldn't make further investments in Russia, which we class a red herring since who would commercially do so? We measure companies on getting out of Russia rather than promising not to get further in.<br>Unilever's statement about not making a profit from Russia is a profit warning not a moral position since Unilever didn't say what it would do with any profits or for how long it would not make a profit, and anyway it doesn't mean Russia isn't making a profit from Unilever. |



| | | |
|---|---|---|
| **Sony** | **-78** | The company has mothballed Sony Pictures, Sony Music and Sony Interactive rather than pulling out of Russia. This allows it to switch back on at any moment and sets a pathetic example compared to others that have left for real. The mothballing of Sony Interactive only happened after Ukrainian government pressure.<br>Sony needs to get all its divisions in one room, form a unified policy, and move all of them out of Russia. |
| **PepsiCo** | **-72** | After the invasion, the company said it was suspending sales of Pepsi but Reuters found that the product continued to be produced and sold in Russia as late as August. Also, when PepsiCo carved out 'daily essentials' from its withdrawal announcement, it failed to mention it still had two plants in Russia making potato crisps. If crisps are essential, what food isn't? PepsiCo is not only hiding behind the word 'essential' but is also failing to disclose which products it is carving out with this excuse. |
| **P&G** | **-63** | P&G said it would "focus" on selling health-related products in Russia, but the MRA thinks the focus covers the majority of its global product lines.<br>Like Unilever, P&G made a red herring statement about not making future investments.<br>It would be a small sacrifice for P&G to withdraw from every product because we estimate Russia at less than 1% of profits. Refusing to leave is a lost opportunity because Russians would notice so many brands disappearing from the shelves. P&G should close all products and get rid of its Russian factories. |

Об Агентстве морального рейтинга

Агентство морального рейтинга было создано, чтобы Россия вышла из Украины. Позже оно планирует освещать корпоративные неэтичные действия в других странах и по другим вопросам.

В дополнение к разоблачению и кредитованию корпораций через моральные рейтинги, MRA ведет учетную книгу действий компаний, поэтому любые последующие корректирующие действия не уничтожают информацию. Время имеет решающее значение, поэтому рейтинговая система включает в себя сдерживающий фактор для ускорения реакции компаний за счет выявления и отслеживания того, что предшествовует позднему корректирующему действию.

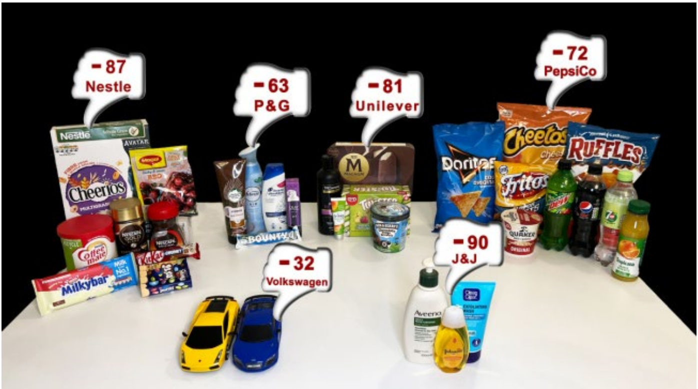
В отличие от рейтинговых агентств ESG (Environmental, Social and Governance), которые несут коммерческую ответственность перед своими институциональными клиентами-инвесторами за охват всего спектра вопросов, которые эти клиенты желают, Рейтинговое агентство сосредоточилось на одной корпоративной моральной проблеме, в данном случае на российско-украинской войне.

MRA была основана и возглавляется Марком Диксоном, руководителем консалтинговой компании по слияниям и поглощениям Thinking Linking в лондонском Сити и Нью-Йорке. Он был одним из соучредителей онлайнового финансового обозревателя BreakingViews.com , который сегодня является частью Thomson Reuters. Марк был противником автократических режимов, особенно китайского правительства и путинского преобразования России из зарождающейся демократии в полностью задушенную автократию. У него есть личная связь с Украиной, потому что он владеет квартирой во Львове с 2010 года. Он также жил в Китае.

MRA имеет оплачиваемый штат моральных оценщиков, верификаторов и проверяющих факты, которые действуют в соответствии с рейтинговой методологией. У него также есть команды на месте, занимающаяся статистикой, связями со СМИ, созданием и публикацией сайтов.

У MRA нет клиентов, внешних коммерческих отношений, обязательств или каких-либо конфликтов. Оно будет оценивать и публиковать информацию, чтобы потребители, СМИ и правительства могли справедливо судить о компаниях по одной только теме - Украина.

Эта объективность в отношении отдельных компаний и их относительных оценок сохраняется, несмотря на публичный характер агентства, как это разъясняется в разделе «Философия рейтинга».



*Примечание: «**Моральный рейтинг**» каждого владельца бренда был рассчитан в соответствии с методологией Агентства **морального рейтинга.***

**Авторство:**

Копия чужих материалов

**Использованные источники:**

[The Moral Cost of Christmas: Products that are Paying for the Invasion of Ukraine](#)

© AfterShock 2023 Все права защищены

462 446
110 504
59 313